

Taller de Producción.

Como parte de la etapa de planeación de un proyecto debemos plantearnos y responder a algunas preguntas fundamentales para clarificar su sentido, sus características generales y específicas, la dimensión del mismo, sus implicaciones y condiciones para llevarlo a cabo.

Estas preguntas son:

¿qué, por qué, quién, dónde, cuándo, cómo y con qué?

La respuesta objetiva a estas preguntas permite la adecuada planeación de todo el proceso sin olvidar el contexto geográfico, histórico, social, cultural, artístico, político y económico que pueda facilitar o dificultar el desarrollo del proyecto.

¿qué?

- naturaleza del proyecto
- propósitos
- objetivo general
- objetivos específicos
- metas

¿dónde?

- ubicación geográfica
- marco legal
- localización
- infraestructura física
- acceso cultural y de equipos
- cobertura

¿cuándo?

- horizonte temporal
- vida del proyecto
- plan de trabajo
- ruta crítica
- cronograma

¿por qué?

- antecedentes
- misión y visión

- necesidad e importancia
- justificación del proyecto

¿cómo?

- recursos necesarios
- nivel de gestión
- modelo de producción
- métodos y técnicas
- estrategias y procedimientos
- actividades tareas y responsabilidades
- contactos y comunicaciones
- cálculo presupuestal
- estrategias de distribución
- parámetros e indicadores de evaluación

¿quién?

- participantes
- equipo de trabajo
- organigrama
- beneficiarios directos e indirectos
- públicos

¿con qué?

- recursos disponibles
- presupuesto de ingresos y gastos
- viabilidad financiera
- flujo y control de recursos

CONTEXTO

geográfico

histórico

- político
- social
- económico
- cultural
- comunitario

ENFOQUE INSTRUMENTAL

La ordenación de un conjunto de actividades que combinando recursos

humanos, materiales, financieros y técnicos, se realizan con el propósito de conseguir un determinado objetivo, meta o resultado.

PERSPECTIVA LINEAL

Ciclo de Gestión Instrumental

DIAGNÓSTICO/ORIGEN

- contexto
- situación inicial u origen
- necesidad o problema
- demanda
- misión y visión
- expectativas
- condiciones positivas y negativas
- recursos necesarios
- participantes
- destinatarios
- diseño de contenidos, objetivos y metas
- esquema general del proyecto

ANÁLISIS

- estudio, investigación y análisis del contexto
- búsqueda de documentación relacionada
- recursos disponibles
- contacto y relación con los involucrados
- selección y clasificación de la información
- detectar límites y posibilidades (FODA)
- legalidad y normatividad

DEFINICIÓN

- recursos humanos, económicos, técnicos
- condiciones de participación
- organigrama
- revisión de contenidos, objetivos y metas
- efectos finales esperados
- niveles de gestión y modelos de producción
- presupuestación
- esquema preciso del proyecto

CONCRECIÓN

- posibilidades reales
- análisis y esquema de viabilidad
- cotizaciones
- contrataciones
- compromisos y responsabilidades
- diseño de producción
- ruta crítica
- plan de trabajo
- financiamiento y administración de recursos
- canales y políticas de comunicación

ELABORACIÓN

- redacción del proyecto
- integración de todos los documentos
- imagen, comunicación y mercadotecnia
- elaboración de la propuesta (carpeta)
- presentación del proyecto a instancias

EJECUCIÓN

- seguimiento y control de acuerdos
- utilización y optimización de recursos
- materialización de ideas
- realización material de la producción
- ensayos artísticos
- monitoreo de resultados

EXPLOTACIÓN

- estreno y temporadas
- comercialización
- mercado o público destinatario
- impacto cultural y social
- posibilidad y grado de venta
- distribución
- control y administración

EVALUACIÓN

- parámetros e indicadores

- pertinencia, congruencia, calidad, eficiencia, eficacia e impacto
- revisión de logros alcanzados
- beneficiados directos e indirectos
- escenarios a futuro
- integración de dossier o carpeta

ENFOQUE COMUNICATIVO

La gestión de los proyectos es un proceso constante, dinámico y sistemático de planeación, ejecución, comunicación y evaluación de las acciones de los actores participantes; de sus intereses, capacidades, procesos, resultados y de sus impactos, en el marco de un contexto de viabilidad, participación y negociación para generar resultados dirigidos a ampliar oportunidades y capacidades de los miembros de una comunidad.

PERSPECTIVA INTEGRAL DE UN PROYECTO

Niveles y modelos

nivel de gestión

El nivel de gestión de la estructura organizativa y jurídica que regirá el funcionamiento formal del proyecto.

El nivel de gestión también se relaciona con definir si el proyecto se realizará desde la administración pública, iniciativa privada, asociaciones civiles, organizaciones, fundaciones o sectores comunitarios, modelos mixtos o compartidos.

Modelos de producción

Podemos identificar varios modelos de producción que responden a diferentes necesidades, intereses y capacidades.

Amateur: aficionados y de la comunidad; depende de voluntarios y no de la taquilla. Este modelo responde a la carencia de infraestructura que permita la profesionalización íntegra de quienes se interesan en las artes escénicas.

Escolar: programas escolares y temarios clásicos.

Experimental: búsqueda de nuevas formas de expresión y organización tendientes a la innovación.

Independiente: autogestivo y autofinanciable; generalmente posee un discurso propio; pretende sensibilizar al público para que tome conciencia. Realza el nivel artístico.

Callejero: es un término genérico para todas las formas de actuación que se desarrollan fuera de los foros; está dirigido a un público que comúnmente no asiste a los espectáculos y que transita por calles y plazas.

Modelos de producción.

De cámara: reduce los formatos de expresión, el número de ejecutantes y de espectadores.

Universitario: recintos universitarios; he realizado por estudiantes y profesionales. Tienen modelos de producción muy establecidos.

Oficial: responde a políticas culturales y cuenta con patrocinio institucional

Comercial: el valor de la producción está determinado por el dinero y no por el valor artístico.

Profesional: todos aquellos creadores, ejecutantes e intérpretes (autores, actores, actrices, directores, diseñadores, músicos, cantantes, coreógrafos, bailarines), que viven de su profesión y trabajan por proyecto.

Dimensión del proyecto

Definición de misión.

Es la expresión conceptual de lo que es y hace una organización. Es la exposición clara y específica con un mensaje conciso, directo y convincente que resume la razón de ser y los distintivos principales de un grupo, institución y/o proyecto y su compromiso social.

Sintetiza y comunica el sentido, la naturaleza, la filosofía, el espíritu, los valores, la dimensión social, el alcance y la perspectiva de impacto del proyecto.

Responde a las preguntas ¿quiénes somos, qué hacemos, por qué, para qué, para quiénes y cómo?

La misión es el propósito.

Definición de visión.

La visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, ver con ojos de la imaginación, el resultado final que se pretende alcanzar.

Es la visualización del proyecto de la organización en un período de al menos cinco años. Explica la importancia de realizar el proyecto desde la misión de la organización gestora y sus valores.

Responde a las preguntas ¿de dónde venimos y hacia dónde vamos?
La visión es la intención.

Dimensión del proyecto.

Objetivos

Descripción de los logros o finalidades generales y específicas que se pretenden alcanzar con el desarrollo del proyecto a corto, mediano y largo plazo. Establecen los lineamientos y parámetros que regirán las acciones a seguir. Ayudan a determinar el tipo y el número de las actividades que deberán llevarse a cabo.

Metas

Productos concretos que se obtendrán durante y al finalizar el proyecto.

Las metas son la precisión cuantitativa de las actividades, acciones o productos resultantes del proyecto.

Las metas deben ser cuantificables y los productos cualificables.

Se expresan en números, cantidades y o porcentajes.

Valor artístico.

Contar con los equipos artístico y creativo concebidos y seleccionados para el proyecto, conociendo su disponibilidad y condiciones para trabajar.

También se refiere a la originalidad y características estéticas particulares del proyecto.

Valor contextual.

Está relacionado con el contexto general y particular del proyecto, así como con las circunstancias para su realización (festival, homenaje, comisión, conmemoración de fecha, aniversario del foro).

Destinatarios.

Es muy importante ubicar el proyecto en términos del sector social al que está dirigido, y definir el perfil del público al que interesa captar: público infantil, de la tercera edad, jóvenes universitarios, etc.

Es importante considerar las variables demográficas (género, edad, tamaño de la familia, religión, estado civil, nivel de educación, nivel de ingresos); las variables geográficas (el barrio o colonia, la localidad o estado, la ciudad, la región y el país) y las variables psicográficas (el estrato, clase social, hábitos y estilos de vida, intereses, consumo de medios, opiniones y actividades).

Se relaciona directamente con los estudios de público.

Financiamiento y administración.

Revisión de ingresos.

Directa

Presupuesto propio inicial, fondo común, aportaciones individuales.

Indirecta

Subsidio o subvenciones públicas y privadas.

Establece un monto de recursos económicos que se asignan permanente o periódicamente a un organismo, institución, grupo o compañía para financiar sus programas, proyectos y operación cotidiana.

Donativos y becas.

Solicitudes directas a fundaciones, organizaciones e instituciones; importante conocer las fechas de las convocatorias y asegurarse de cumplir con todos los requisitos de las bases.

Aportaciones.

Materiales, bienes o servicios, en dinero o en especie: materias primas, promoción, impresos, transporte, vestuario, pintura, etc.

Mecenazgo, filantropía o altruismo.

Apoyo desinteresado a proyectos no lucrativos. Debido a la globalización, esta modalidad suele trascender las fronteras nacionales y establecer relación con organismos y fundaciones internacionales.

Préstamos.

Bancos, empresas familiares, etc. Cuidar las condiciones, fechas límite, intereses, etc.

Patrocinios.

Negociación de apoyos económicos con empresas públicas o privadas a cambio de beneficios previamente convenidos a través de publicidad, promoción de su imagen o productos.

Coproducción.

Producción en común, donde dos o más fuentes financieras invierte en su capital (dinero, bienes o servicios) para financiar un evento donde la responsabilidad y el riesgo son compartidos.

Interna.

Comercialización de servicios.

- Cursos, talleres, libros, discos, publicidad.
- Alquiler.
 - Equipos propios, catálogo o lista de existencia, sonido, iluminación, vestuario, props.
- Venta de productos promocionales
 - Merchandising o souvenir: figuras, postales, pines, camisetas, calcomanías, bolígrafos, tazas, vasos, etc.
- Organización de eventos especiales.
 - Fiestas, convivios, rifas, bailes, sorteos, venta de garage, club de amigos.

Externa

- Venta de publicidad.
 - En espacios destinados para insertar logotipos en el programa de mano, exhibición de publicidad y/o productos.
- Preventa de funciones.
 - Pago por adelantado o un porcentaje.
- Preventa de boletos.
 - Anticipada y con descuentos de preventa
- Taquilla.
 - Venta de boletos en ventanilla y o agencias alternativas de venta.

Procuración de fondos

- 1 Elaboración o revisión del documento de presentación del proyecto.
- 2 Clarificar qué se necesita y a quién se le solicitará.
- 3 Definición de propuestas para donantes.
- 4 Investigación sobre posibles donantes y fuentes de financiamiento.
- 5 Desarrollo de contactos, relaciones y citas.
- 6 Elaboración del plan de obtención de fondos.
- 7 Aprobación o rechazo a solicitudes.
- 8 Agradecimiento y seguimiento.
- 9 Cumplimiento de compromisos adquiridos.
- 10 Evaluación y documentación.

Planes para patrocinadores

Montos de participación	Plan	Paquete
De \$1,000 a \$5,500	1	A
De \$6,000 a \$10,000	2	A+B

De \$15,000 a \$20,000	3	A+B+C
De \$25,000 a \$35,000	4	A+B+C+D
De \$36,000 a \$50,000	5	A+B+C+D+E
Más de \$50,000	6	F

Paquete

A) Recibo deducible de impuestos del ISR por el 100% del monto de participación.

- + logotipo en el programa de mano del evento
- + invitación al estreno del evento
- + 2 boletos de cortesía para cualquier función

B) Logotipo en el programa general de actividades (especificar tiraje).

- + logotipo o mención en las páginas de internet del grupo foro.
- + crédito de todos los empresas que se realicen (cartel, postal, volante, etc.)
- + 4 boletos de cortesía para cualquier función.

C) Paquete de libros y discos.

- + 6 boletos de cortesía.

D) Programa de lujo

- + inclusión en el pendón con todos los patrocinadores.
- + 8 boletos de cortesía

E) Cena privada con los artistas participantes en el evento.

- + foto con el artista o elenco.
- + regalo autografiado por el artista.
- + 10 boletos de cortesía.

F) Una función privada

Posibles gastos de producción.

Palabras importantes:

- Contrataciones
- Alquiler
- Compras
- Realización

Personal

creativo
artístico
administrativo
apoyo
técnico
eventual
mano de obra
horas extras

Operación

papelería
fotocopias
teléfono
correo
mensajería
alquileres
electricidad
agua
gas
archivos
perecederos
desplazamientos

Gestión

derechos de autor
permisos
impuestos
informática
reparaciones
locales
sala
boletaje
seguros
mantenimiento
catering
relaciones públicas

Investigación

documentación
traducción
fotografía

diseños
maquetas
muestrarios

Promoción

publicidad
marketing
taquillas
prensa
folletos
posters
programas
impresos
inserciones
distribución
souvenirs

Construcción

maqueta
escenografía
utilería
vestuario
tintorería
maquillaje
peluquería
zapatería
accesorios
efectos especiales
taller
herramientas
desgaste de equipos

Sonido

equipos
memorias
grabaciones
efectos
estudio
edición
instrumentos

Iluminación

focos
 filtros o micas
 lámparas
 cadenas
 cables
 gobos
 efectos

Varios

imprevistos
 estibadores
 propinas
 herrajes
 mudanzas

Giras

embalaje
 viáticos
 hospedaje
 seguros
 transporte
 visas
 exceso de carga

Presupuesto de producción

Partida	Concepto	Importe	Total
Planeación, gestión y administración	oficina	\$	\$20,000.00
	papelería	\$	
	fotocopias	\$	
	paquetería	\$	
Ensayos	sustitutos	\$	\$5,000.00
Honorarios	equipo artístico	\$	\$87,000.00
	creativo	\$	
	administrativo	\$	
	técnico	\$	
	asistentes	\$	
Realización escenografía (\$20,000.00) utilería (\$4,000.00)	diseño	\$	\$60,000.00
	renta	\$	
	realización	\$	

vestuario (\$25,000.00)	compras	\$	
luces y sonido (\$11,000.00)	mantenimiento	\$	
Difusión	diseño gráfico	\$	\$40,000.00
	impresos	\$	
	afiche	\$	
	postal	\$	
	programa de mano	\$	
	fotografía	\$	
	inserciones en	\$	
	prensa	\$	
	distribución	\$	
	reforzamiento	\$	
Temporada	nómina	\$	\$45,000.00
	operación	\$	
	publicidad	\$	
Gira	embalaje	\$	\$15,000.00
	seguros	\$	
	transportes	\$	
	hospedaje	\$	
	viáticos	\$	
Postproducción	limpieza	\$	\$5,000.00
	resguardo	\$	
	dossier	\$	
Varios	contingencias	\$	\$23,000.00
Total			\$300,000.00

Estructura de la organización.

Equipos de trabajo: grupo organizado de personas con habilidades, conocimientos, experiencias y características particulares y diferentes, que contribuyan conjunta y coordinadamente al logro de un objetivo compartido.

Equipo de producción.

Productor

Es el responsable del financiamiento del espectáculo. Selecciona la obra, nombra al director, plantea una serie de premisas del proyecto y gestión del teatro, además de estar presente en las decisiones fundamentales del proyecto. Por lo general es una institución o empresa cultural.

Coordinador de producción

Planea y diseña el proceso de producción, en tiempo, espacio y acciones. Se encarga en la práctica de la organización humana, técnica y administrativa del proyecto a partir de la sistematización de cada etapa del proceso y por departamento (escenografía, iluminación, vestuario, utilería, etc.)

Gerente de producción

Administra el dinero, contrata al elenco, a los equipos artístico y creativo y al personal de apoyo. En ocasiones se ocupa de la promoción publicitaria de la obra, junto con el responsable de difusión y de relaciones públicas. También llega a gestionar las giras.

Productor ejecutivo

Literalmente ejecuta la producción, respetando los criterios artísticos y estéticos determinados por el director, el escenógrafo y el equipo creativo. Coordina las actividades de los equipos de trabajo (creativo, artístico y técnico); ayuda a resolver las necesidades administrativas, técnicas, logísticas y operativas.

Perfiles del productor

- productor administrativo
- productor técnico
- productor artístico
- productor ejecutivo
- productor curador

Actividades por equipo

Importancia de definir las actividades de cada equipo en cada etapa del proceso.

Constante problemática en la autogestión.

ÁREA

Dirección artística

Etapas de preproducción

selecciona la obra

convoca equipos de trabajo

propone proyecto

encarga de diseños a creativos

audición de equipo artístico

recibe y selecciona propuestas de diseñadores

decide el reparto

define el proyecto
analiza con producción las necesidades y estrategias del proyecto

Etapa de ensayos, realización y producción
supervisión general
dirige ensayos con el equipo artístico
reuniones con creativos
consulta con producción y con difusión
ensayos técnicos
ensayos generales

Etapa de comercialización
atiende el estreno
notas de dirección
asigna tareas a técnicos y asistentes
durante la temporada mantiene la calidad artística
entrevistas de prensa
seguimiento de temporada y compromisos con los patrocinadores

Etapa de postproducción
entrega carpetas con copias de materiales y musicales y textos
asiste al desmontaje
elabora informe
asiste a la evaluación

ÁREA

Escenografía y utilería

Etapa de preproducción
reuniones con el director y productor, iluminación y vestuario
firma contrato
investiga sobre la obra
analiza la información del teatro
prepara diseños y bocetos
presenta la maqueta
presenta el presupuesto
consigue realizadores
hace propuestas para la gira

Etapa de ensayos, realización y producción
presenta el proyecto a toda la compañía
asiste ensayos
supervisa la realización de talleres

selección de mobiliario, materiales y accesorios (compra, construcción, renta, entrega inventario y libreto técnico)
 asiste y supervisa el montaje, ensayos técnicos y generales
 confirma ajustes
 atiende la sesión fotográfica

Etapa de comercialización

atiende el estreno
 realiza ajustes
 define a técnicos tareas en la temporada
 mantenimiento estético, acabados y retoques a la escenografía y la utilería

Etapa de postproducción

atiende al desmontaje
 supervisa la entrega, devolución de embalaje y almacenamiento de materiales y elementos de utilería y escenográficos
 entrega instalaciones
 confirma inventario
 elabora informe
 atiende la evaluación

Plan de trabajo

Acciones	Actividades	Tareas	Inicia	finaliza	Responsable

Cronograma

Actividades	marzo				abril				mayo				junio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Integrar proyecto																
Gestiones																
Reunión creativos																
Presupuesto																
Ensayos																
Procuración de fondos																
Diseños																
Realización																
Entrega de producción																
Difusión																
Montaje																
Estreno																
Temporada																
Desmontaje																
Informe																

Cronograma de la producción de un concierto (20 de julio)

Tareas	Tiempo	Responsable	E	F	M	A	M	J	J	A
Convocar entidades	1	Juan	x							
Elaborar programa	5	Luisa	x	x	x	x	x			
Reservar espacio	2	Juan			x	x				
Contratar orquesta	3	Miguel			x	x	x			
Encargar difusión	2	Ricardo				x	x			
Imprimir	1	Ricardo				x				
Repartir difusión	14	Ricardo					x	x	x	x
Venta de entradas	13	Daniel					x	x	x	x
Alquiler de luz y sonido	3	Ana					x	x	x	
Acondicionar espacio	8	Ana					x	x	x	x
Montar escenario	1	Ana								x
Desmontar escenario	1	Ana								x
Hacer balance de entidades	1	Luisa								x
Cerrar cuentas	1	Daniel								x
Evaluación interna	1	Equipo								x

(La barra negra significa la fecha del concierto)

ETAPAS DEL PROCESO

Preproducción

Inicio del proyecto hasta la entrada al foro (planeación, ensayos y realización)

Producción

Montaje, ensayos técnicos y generales

Comercialización

Estreno y temporada

Postproducción

Desmontaje, cierre administrativo y operativo, evaluación

ACTIVIDADES DEL PRODUCTOR DURANTE LA PREPRODUCCIÓN

- reunión con convocante
- prepara reúne y organiza la información del proyecto
- gestiona fuentes de financiamiento
- coordina reuniones con el director, creativos, patrocinadores y/o productores, teatro
- consulta con diseñadores
- diseña la producción
- administra los recursos
- adapta formatos
- solicita presupuestos
- cotiza elementos escénicos elementos: materiales y realización
- concreta el presupuesto
- realiza análisis y esquema de viabilidad
- investiga aspectos legales
- gestiona y solicita permisos y registros
- elaboración y firma de contratos
- gestiona y acondiciona lugares para ensayos
- fotocopia libretos, partituras, planos, documentos
- prepara ficha técnica
- gestiona el teatro
- consigue fichas de foros y planos
- previene giras
- administra la contabilidad
- supervisa todos los departamentos según la ruta crítica, presupuesto y

- calidad
- seguimiento de acuerdos
- inicia proceso de evaluación

ACTIVIDADES DEL PRODUCTOR DURANTE ENSAYOS, REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN

- apoya desarrollo de las audiciones
- prepara elementos sustitutivos para ensayos
- supervisa el trabajo en los talleres (construcción y realización)
- consigue materiales y elementos de la producción (compra, renta, préstamo)
- organiza embalaje y transporte al teatro
- previene y coordina montaje y temporada
- confirma teatro y personal técnico
- inventarios definitivos
- recepción de toda la producción
- prepara y entrega libro técnico
- previene alimentos, catering y botiquín
- asigna camerinos
- distribuye invitaciones al estreno
- coordina y supervisa el proceso de montaje
- confirma posición y funcionamiento de todo
- asiste y facilita ensayos técnicos y generales
- confirma ajustes del director por área
- apoya sesión fotográfica
- ubica el lugar de resguardo
- supervisa la difusión
- seguimiento a patrocinadores
- prepara ficha técnica para gira y comunicación formal con otros presentadores
- inicia cierre administrativo

ACTIVIDADES DEL PRODUCTOR DURANTE LA TEMPORADA y COMERCIALIZACIÓN

- atiende el estreno
- asegura asientos a patrocinadores e invitados especiales
- supervisa el cóctel

- asigna tareas al asistente
- cuidado estético y mantenimiento de la producción
- supervisa gastos de operación
- controla ingresos de taquilla y reportes de asistencia
- seguimiento a la difusión
- previene develación de placa
- previene continuidad de temporada
- cumple compromisos con patrocinadores
- continúa cierre administrativo, comprobación de gastos y contabilidad
- realiza giras

ACTIVIDADES DEL PRODUCTOR DURANTE LA POSTPRODUCCIÓN

- previene devolución de rentas y préstamos
- organiza embalaje y transporte
- previene lugar de almacenamiento
- coteja y cierra inventarios
- organiza y coordina desmontaje
- organiza entrega de foro y salida de todo
- entrega equipos e instalaciones
- cierre final de cuentas en bancos, ingresos, gastos y comprobaciones
- balance financiero
- reúne materiales de todas las áreas
- organiza archivo
- coordina evaluación
- redacta y presenta informe general
- arma dossier, carpeta de prensa
- envía cartas de agradecimiento
- solicita carta de finiquito de responsabilidades administrativas

GIRAS ARTÍSTICAS

PLANEACIÓN

Verbos importantes:

Conocer

Definir

Gestionar

Tramitar

Coordinar

- condiciones generales de la gira (fechas, lugares, honorarios)
- necesidades técnicas y operativas del grupo artístico
- características de las presentaciones y actividades complementarias
- características generales y condiciones técnicas de los espacios
- intercambiar la información para ajustar lo necesario
- firma de contratos
- visas, pasaportes, permisos, registros
- traslados y transportes
- logística general y específica por sede: hoteles, alimentos, foros
- programas y agendas de trabajo
- mecanismos y estrategias de difusión

NEGOCIAR CON EL PRESENTADOR

Definir

- las condiciones financieras
- la forma y los mecanismos de cada una de las transacciones
- fecha y forma de pago
- necesidades de operación bancaria o en casas de cambio

Procurar

- que el pago de hoteles, transportes y alimentos los cubra el presentador
- puntualidad en las operaciones financieras
- registrar cada movimiento financiero, o respaldado por recibos, facturas y comprobantes
- demostrar al presentador claridad y transparencia en todas las operaciones

¿QUIÉN PAGA QUÉ, CUÁNDO y CÓMO?

GASTOS PREVIOS

- material promocional
- comunicaciones
- envíos de paquetería
- compra de materiales
- pasaportes y visas
- seguros
- elementos sustitutos
- embalaje

- agencia aduanal
- envíos de carga
- trámites

GASTOS DE VIAJE

- honorarios
- traslados
- exceso de equipaje
- hospedaje
- alimentación

GASTOS DE OPERACIÓN

- estibadores
- taxis
- propinas
- emergencias médicas
- lavandería
- tintorería
- consumibles

DOCUMENTOS DE TRABAJO

- Invitación o carta compromiso: documento formal de interés en presentar al grupo con puntos de acuerdo y condiciones generales.
- Directorio de contactos: presentador, director artístico, coordinación técnico y de producción, responsable de difusión, relaciones públicas, finanzas y jurídico.
- Fichas y planos técnicos: capacidad del auditorio, características del foro, planos a escala del escenario, parrilla, iluminación, audio, backline, lista de canales, personal técnico.
- Transportación: características y dimensiones del transporte requerido para la compañía y la carga.
- Hospedaje: cantidad y distribución de las habitaciones requeridas (rooming list).
- Aspectos legales: contrato, visas, licencias, permisos y autorizaciones necesarias, seguros, fianzas.
- Comunicaciones: políticas y estrategias, registros.
- Autorizaciones para grabar en video, TV, radio, fotografías, entrevistas, redes sociales.

- Evaluación e informe: cumplimiento de objetivos, metas y resultados, indicadores, bitácora de viaje, registro detallado de todos los acontecimientos de la gira (foto y video).

INFORMACIÓN DEL GRUPO

nombre del grupo o compañía :

país:

disciplina artística:

idiomas que habla la compañía:

contactos: gerente de gira/producción, stage manager, director técnico, director artístico, relaciones públicas, administrador

personal: cantidad de directores, actores, bailarines, músicos, cantantes y técnicos que viajan. Nombre completo, actividad, nacionalidad, fecha de nacimiento, pasaporte, fecha de expiración, país, tipo de sangre, medicamentos, alergias, datos del seguro médico, fumadores, alimentación especial (vegetarianos, veganos).

Hospedaje: cantidad de habitaciones sencillas, dobles y/o triples requeridas, anexar reparto (rooming list)

fee/cashe: costo, paquetes, formas de pago de honorarios y viáticos o dietas

INFORMACIÓN DEL ESPECTÁCULO

nombre:

disciplina y género:

duración total: número de actos, duración de cada uno, número de intermedios y duración

descripción del espectáculo

descripción de las actividades complementarias: técnicas y de espacio, cantidad mínima y máxima de participantes, tiempos de duración

ficha técnica del espectáculo: requerimientos de espacio, técnicos, de personal, operativos y logísticos

Catering: en camerinos para montaje, funciones y actividades complementarias

carga: cantidad y descripción de cada pieza o bulto incluyendo equipaje

personal y carry-on, contenido y aspecto, peso, dimensiones, volumen total calculado, valor estimado de la carga y de cada pieza

inventario: relación de los equipos, utilería (props), elementos escenográficos e instrumentos que viajan con la compañía

material promocional: carpeta del grupo o dossier, historia del grupo,

presentaciones, giras, premios, reconocimientos, currícula, semblanzas

individuales, fotografía recientes de los participantes y del espectáculo, videos,

repertorio, discografía, críticas, entrevistas, extractos y boletines de prensa, discos, pósters, folletos, souvenirs, etcétera
programa de mano: imagen, tipografía, notas, créditos, agradecimientos, logotipos, etcétera

Material	Fecha de solicitud	Fecha de envío	Medio	Acuse	Notas
carpeta del grupo					
videos, discos					
material promocional					
copia de pasaportes					
contrato o convenio					
factura					
hospedaje (rooming)					
cuestionarios					
ficha técnica					
plano de escenario					
plano de iluminación					
descripción de la carga					
inventarios					
camerinos					
catering					
itinerario de viaje					
plan de trabajo					
actividades complementarias					
programa de mano					

Inventarios del grupo

cantidad	elemento	descripción	peso	medidas	volumen	valor

Agenda de actividades

Fecha	Hora	Actividad	Detalles

Evaluación de la gira

5=excelente, 4=muy bien, 3=bien, 2=regular, 1=deficiente

Concepto	Calificación
Planeación y organización	
comunicación e intercambio de información con el presentador	
comunicación e intercambio de información con el grupo	
contratos	
plan de trabajo y agenda de actividades	
inventarios	
datos de la compañía	

datos del presentador y de su equipo de trabajo	
datos del hotel	
datos de sedes y foros	
información sobre actividades complementarias	
material promocional	
aspectos legales	
comunicación y organización interna	

Concepto	calificación
Logística de la gira	
itinerarios de viaje	
recepción	
información local (directorios, mapas, sugerencias)	
calidad del hotel	
facilidades en el hotel (restaurante, lavandería, internet)	
transporte local	
puntualidad	
pago de viáticos	
pago de honorarios	
actividades complementarias	
solución a imprevistos	
comunicación y organización interna del presentador y su equipo	

concepto	calificación
aspectos técnicos	
cuestionario de la compañía	
cuestionario del grupo	

planos técnicos	
selección del foro	
solución a requerimientos técnicos	
adaptaciones técnicas	
equipamiento técnico	
personal técnico	
montaje	
ensayos	
funciones	
camerinos	
comunicación y organización interna	

concepto	calificación
promoción	
información en la página web	
entrevistas concertadas y realizadas	
publicación de notas avanzadas	
inserción en medios	
calidad y cantidad de impresos (póster, volante, postal)	
programa de mano	
conferencia de prensa	
reseñas publicadas	

concepto	calificación
presentaciones	
cantidad de funciones	
características generales del foro	
cantidad de público asistente	

anuncios al público antes de la función	
puntualidad	
hospitalidad o catering	
solución a imprevistos	
plática con el público	
presencia de medios de comunicación	

concepto	calificación
actividades complementarias	
cantidad de actividades realizadas	
cantidad de participantes	
selección del espacio	
necesidades técnicas	
convocatoria	
presentación del grupo	
puntualidad	
hospitalidad o catering	
satisfacción del público	

calificación general	
----------------------	--